

史上最大規模の卵調査を実施 やってみたい目玉焼き料理は「ごはんのにのせる」

鶏卵知識普及会議^{※1}は、コロナ禍で卵の家庭内消費が増える中、史上最大のたまご調査を実施しました。この調査は、卵を購入した際に、卵パックに封入している用紙(インパクラベル)を活用し、消費者の卵に関する意識調査を実施しました。また、同様のアンケートを生産・販売等たまご業界関係者に対しても実施。その結果、30万件を超える消費者の声と、1000件を超える業界関係者の声を集めることができ、史上最大の卵に関する調査^{※2}となりました。

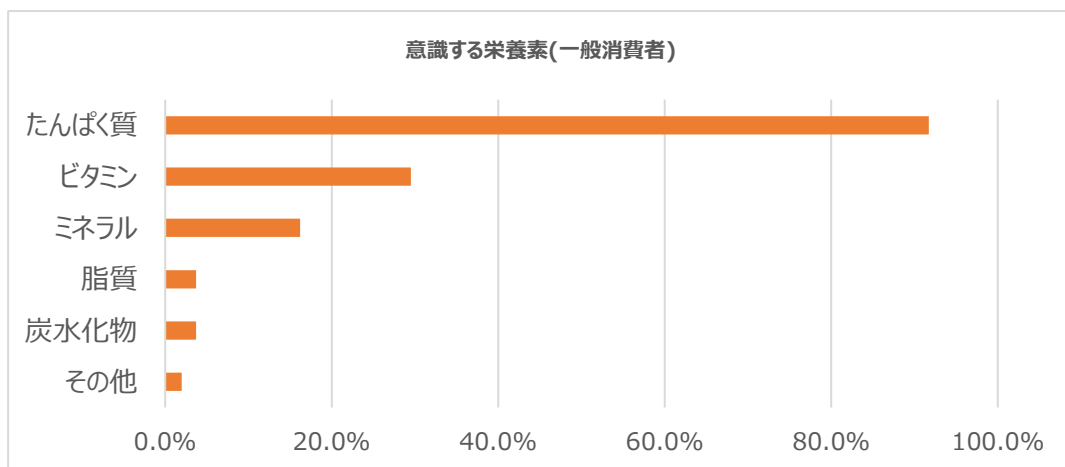
鶏卵知識普及会議は、今後もたまごの知識普及活動と卵の消費量をあげるような取り組みを実施していきます。

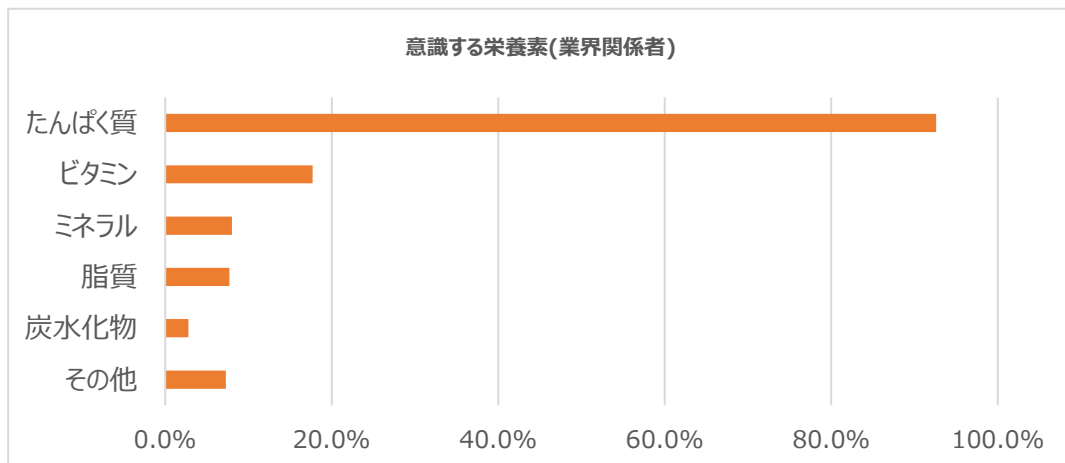
^{※1} 鶏卵知識普及会議は、鶏卵関連団体と協力して、消費者への鶏卵の正しい知識普及活動を推進していくための具体的な取り組みを検討実施するために2018年に発足しました。

^{※2} 鶏卵知識普及会議調べ

たまごを食べる時に「たんぱく質」摂取を意識

たまごを食べる時、どんな栄養を意識していますか？と尋ねたところ(複数回答可)、消費者と業界関係者共に、圧倒的にたんぱく質を意識していることがわかりました。たんぱく質は健康的な食生活に欠かせない栄養であると一般的に認識されていることが示唆されます。





年

年齢が上がると「ビタミン」を意識する傾向に

一般消費者を性年代別で見ても、「たんぱく質」がたまごを食べる時に最も意識している栄養素である傾向は変わりません。「たんぱく質」に次いで意識している栄養素である「ビタミン」については、年代が高くなるにつれて意識している割合が高くなっていることがわかりました。年代が高くなるにつれて、ビタミン D やビタミン E 等の栄養強化卵に関する関心が高まることが推察されます。

〈男性〉 一般消費者向け実態調査

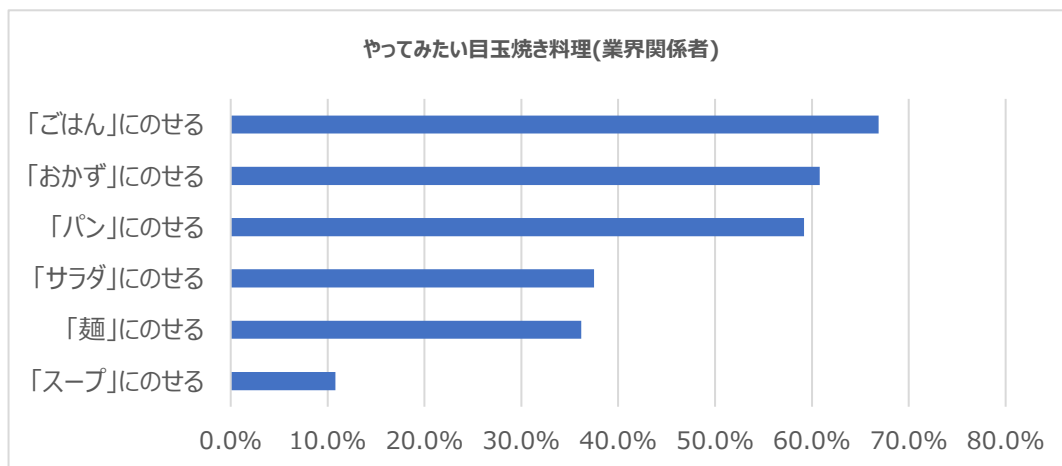
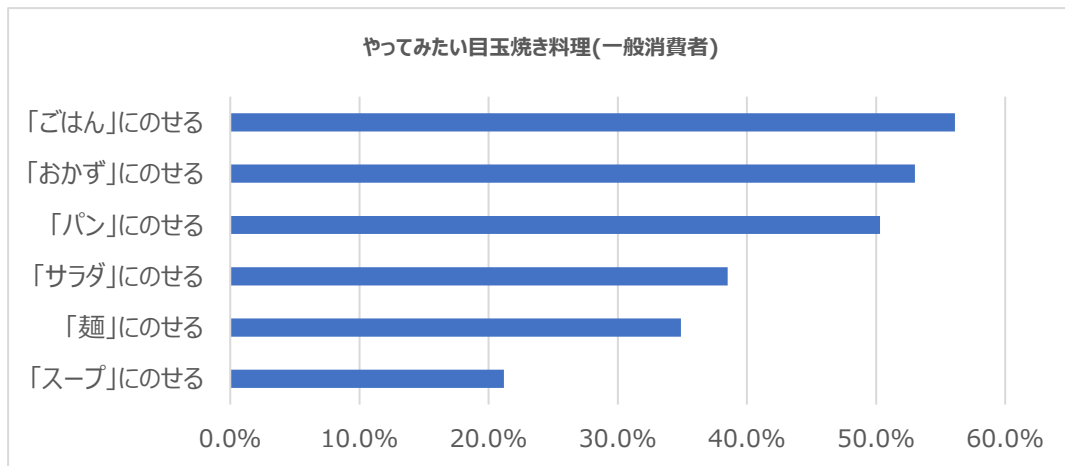
栄養素	全体		10代		20代		30代		40代		50代		60代以上	
たんぱく質	36,545	88%	1,055	91%	3,675	92%	5,550	90%	8,120	87%	8,829	86%	9,316	90%
炭水化物	2,269	5%	131	11%	280	7%	388	6%	525	6%	466	5%	479	5%
脂質	2,335	6%	97	8%	274	7%	370	6%	444	5%	462	5%	688	7%
ビタミン	13,430	33%	242	21%	900	23%	1,752	28%	2,822	30%	3,523	34%	4,191	40%
ミネラル	8,194	20%	150	13%	424	11%	886	14%	1,663	18%	2,340	23%	2,731	26%
その他	895	2%	41	4%	58	1%	145	2%	258	3%	216	2%	177	2%

〈女性〉

栄養素	全体		10代		20代		30代		40代		50代		60代以上	
たんぱく質	209,999	92%	2,593	92%	17,994	94%	44,829	93%	68,364	91%	50,768	92%	25,451	93%
炭水化物	7,621	3%	224	8%	1,035	5%	1,944	4%	2,231	3%	1,370	2%	817	3%
脂質	7,692	3%	188	7%	861	4%	1,581	3%	1,987	3%	1,767	3%	1,308	5%
ビタミン	65,958	29%	539	19%	4,206	22%	13,335	28%	21,507	29%	16,558	30%	9,813	36%
ミネラル	35,326	16%	284	10%	1,866	10%	6,125	13%	11,364	15%	9,765	18%	5,922	22%
その他	4,591	2%	45	2%	323	2%	1,014	2%	1,691	2%	1,048	2%	470	2%

やってみたい目玉焼き料理は「ごはんのにせる」

キューピー株式会社は、卵加工品を手掛けるグループ会社のキューピーたまご株式会社と共に、「いいたまごの日」(11月5日)に合わせ、「たまご白書 2020」を公表しました。この調査は、2017年に第一回目の調査結果を公表しています。この調査の中で「『好きな卵料理について』尋ねたところ(複数回答可)では、「目玉焼き」が2017年の「たまご白書」調査開始以来、不動の人気1位です。そんな人気の卵料理である目玉焼きに関して、「やってみたい目玉焼きのTNG(卵のせごはん)について」尋ねたところ(複数回答可)では、一般消費者、およびたまご業界関係者共に、今後食べてみたい目玉焼き料理は「ごはんに目玉焼きをのせる料理」と回答。次いで「おかず目玉焼きをのせる料理」、「パンに目玉焼きをのせる料理」を今後食べてみたいと回答しました。



TNG(卵のせごはん)が台頭の兆し

一般消費者を性年代別で見ると、女性は10代を除いては、今後食べてみたい目玉焼き料理は「ごはんに目玉焼きをのせる料理」と回答しました。「目玉焼き」が、卵かけごはんに代わるごはんメニューとして今後台頭してることが推察されます。一方男性は、「ごはん」「パン」「おかず」で回答がわかれまました。男性は幅広く「目玉焼き」をトッピングとして食べてみたい傾向があると推察されます。

〈男性〉

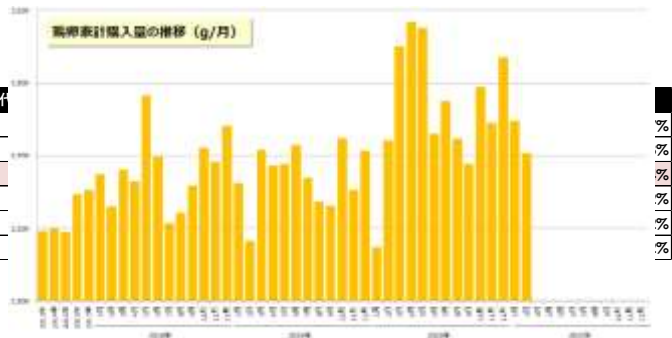
やってみたい目玉焼き料理	全体	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上
「麺」にのせる	17,257 42%	527 46%	1,689 42%	2,673 43%	3,696 39%	4,226 41%	4,446 43%
「パン」にのせる	20,767 50%	562 49%	1,788 45%	2,940 48%	4,678 50%	5,143 50%	5,656 54%
「ごはん」にのせる	19,933 48%	490 42%	2,003 50%	3,127 51%	4,521 48%	4,985 49%	4,807 46%
「サラダ」にのせる	11,284 27%	329 28%	1,069 27%	1,679 27%	2,515 27%	2,754 27%	2,938 28%
「おかず」にのせる	19,791 48%	548 47%	1,821 46%	2,824 46%	4,579 49%	5,266 51%	4,753 46%
「スープ」にのせる	7,425 18%	242 21%	766 19%	1,144 19%	1,623 17%	1,797 18%	1,853 18%

〈女性〉

〈鶏卵知識普及会議委員長 彦坂 誠よりコメント〉

「鶏卵知識普及会議は、これまで鶏卵の正しい

やってみたい目玉焼き料理	全体		10代		20代
「麺」にのせる	76,522	34%	1,088	39%	6,712
「パン」にのせる	114,487	50%	1,532	54%	9,413
「ごはん」にのせる	130,905	58%	1,355	48%	10,816
「サラダ」にのせる	92,147	40%	1,041	37%	7,104
「おかず」にのせる	122,678	54%	1,407	50%	10,085
「スープ」にのせる	49,617	22%	719	26%	4,409



知識普及活動を推進してきました。今回の調査

は、過去の調査の中で最も消費者の声を集め

ることができました。その要因の一つとして、コロナ禍で卵の家計購入量が増えていることも考えられます。今回の集めたアンケートをもとに、卵の消費量を増やす取り組みを実施するとともに、引き続き鶏卵知識普及活動を推進してまいります。また、今回の調査で、インパックラベルを用いてこれだけのアンケートを集められたことから、消費者の方がインパックラベルを意識されていることが確認できました。今後もインパックラベルの有効活用を業界全体で検討し、取り組んでまいります。」

〈調査概要〉

	一般消費者向け実態調査	生産・販売等たまご業界関係者向け実態調査
調査手法	アンケート調査 (パック売りのたまごの同梱用紙に記載されているQRコードから特設サイトにアクセスし回答)	インターネット調査
調査期間	2021年2月1日～3月31日	2021年1月6日～1月31日
対象者	全回答者数：269,007人 男性：41,314人 女性：227,584人	全回答者数：1,189人

【お問い合わせ先】
 鶏卵知識普及会議(事務局：一般社団法人日本卵業協会)
 TEL：03-3297-5553 FAX：03-3297-5554
 MAIL：aei05725@nifty.com